



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

# **PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI *AMARE CAFE***

## **SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)  
Pada Jurusan Muamalah Hukum Ekonomi Syariah (MHES)  
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Syekh Nurjati Cirebon**

Oleh :

**R. DINI KUSUMA ANGGRAENI NADJIB**

**NIM : 14122221378**



**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
JURUSAN MUAMALAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) SYEKH NURJATI CIREBON**

**2017/1438**



## ABSTRAK

### **R. DINI KUSUMA ANGGRAENI NADJIB. 14122221378. PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI AMARE CAFE.**

Saat ini sudah semakin banyak *cafe* di Cirebon. Hal tersebut membuat pembisnis *cafe* harus berupaya untuk memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan konsumen agar mereka tidak berpaling ke *cafe* yang memiliki produk serupa. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan membuat sesuatu yang berbeda. *Store atmosphere* merupakan salah satu penawaran yang diberikan untuk menciptakan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas yaitu *store atmosphere* (X) dan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y). Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan responden sebanyak 70 sampel dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dalam teknik analisis penulis menggunakan koefisien korelasi *pearson product moment* dan analisis linier sederhana dengan bantuan SPSS 21.0.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: 1) *store atmosphere* pada Amare *cafe* disukai konsumen, 2) tingkat kepuasan konsumen pada Amare *cafe* dikategorikan baik, 3) terdapat pengaruh antara *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen sebesar 26,4%. Hasil dari uji-t menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya bahwa *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

**Kata kunci:** *Store Atmosphere* dan Kepuasan Konsumen



## ABSTRACT

**R. DINI KUSUMA ANGGRAENI NADJIB. 14122221378. STORE ATMOSPHERE INFLUENCE ON CUSTOMER SATISFICATION AT AMARE CAFE.**

*Now a days, there is a lot of cafe in Cirebon and it leads to the ability of cafe's owner to see the needs of their customers. One of the ideas is to make a remarkably different atmosphere from others and this study is aiming to determine the effect of store atmosphere on consumer satisfaction.*

*The variables in this study consisted of independent variables which are store atmosphere (X) and the dependent variable is customer satisfaction (Y). The sampling technique used was accidental sampling by respondents as many as 70 samples with quantitative methods and analytical techniques used are the pearson product moment correlation coefficient and simple linear analysis using SPSS 21.0.*

*The results of this study concluded that: 1) The Amare cafe store atmosphere are preferred by customers, 2) The level of customer satisfaction in Amare cafe categorized as good, 3) There is 26,4% influence of store atmosphere to customer satisfaction. The result of T-test showed that  $H_0$  rejected and  $H_1$  accepted, meaning that the store atmosphere is having an influence on the consumer satisfaction.*

**Key Word: Store Atmosphere and Customer Satisfaction**



## ملخص البحث

ر. ديني كوسوما انجريني نجيب. 14122221378. "مخزن تأثير الغلاف الجوي على رضا العملاء في كافيه اماري".

وهناك الآن عدد متزايد من المقاهي في سيريبون. وهذا يجعل الأعمال مقهى ينبغي أن تسعى إلى فهم احتياجات ورغبات، والطلب على السلع الاستهلاكية بحيث لا يتحول إلى مقهى والتي لديها منتج مماثل. طريقة واحدة للفوز في المنافسة هو خلق شيء مختلف. تخزين الغلاف الجوي هو واحد من العروض نظرا لإنشاء رضا العملاء. وتهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير جو المتجر لرضا المستهلك.

المتغيرات في هذه الدراسة من المتغيرات المستقلة التي تخزن أتمويفري (X) والمتغير التابع هو رضا العملاء (Y). في هذه الدراسة، كانت تقنية العينات المستخدمة أخذ العينات بطريق الخطأ من قبل المشاركين العديد من يصل إلى 70 العينات باستخدام الأساليب الكمية. التقنيات التحليلية يستخدم المؤلف بيرسون لحظة المنتج معامل الارتباط وتحليل خطي بسيط باستخدام SPSS 21.0.

من خلصت نتائج هذه الدراسة ما يلي: (1) جو متجر في اماري مقهى المفضل من قبل المستهلكين، (2) مستوى رضا العملاء في اماري مقهى تصنيفها على أنها جيدة، (3) هناك تأثير بين جو المتجر لرضا العملاء من 26.4%. وأظهرت نتائج اختبار (ت) أن  $H_0$  رفض وقبول  $H_1$ ، وهذا يعني أن الجو متجر يؤثر على رضا العملاء.

كلمات البحث: تخزين الغلاف الجوي ورضا العملاء





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen di *Amare Cafe*.” oleh R. Dini Kusuma Anggraeni .N. (14122221378), telah diajukan dalam sidang *munaqosah* pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 23 Februari.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Jurusan Muamalah/ Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, Februari 2017

### Sidang Munaqosah

Ketua Sidang

H. JUJU JUMENA, S.H., M.H

NIP: 19720514 200312 1 003

Sekretaris Sidang

EEF SAEFULLOH, M.Ag

NIP: 19760312 200312 1 003

Penguji I

EEF SAEFULLOH, M.Ag

NIP: 19760312 200312 1 1003

Penguji II

MOH. MABRURI FAOZI, MA

NIP: 19780205 201101 1 004



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
ملخص البحث .....	iv
PENGESAHAN .....	v
PERSETUJUAN.....	vi
NOTA DINAS.....	vii
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	ix
MOTTO .....	x
PERSEMBAHAN.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxii
TRANSLITERASI ARAB – LATIN .....	xxiii

<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
	1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
	1.2. Identifikasi Masalah .....	3
	1.3. Pembatasan Masalah .....	4
	1.4. Rumusan Masalah .....	4
	1.5. Tujuan Penelitian.....	5
	1.6. Manfaat Penelitian.....	5
	1.7. Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II</b>	<b>LANDASAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
	2.1. Teori Jasa.....	7
	2.1.1 Definisi Jasa .....	7
	2.1.2 Karakteristik Jasa .....	8
	2.2. Teori <i>Store Atmosphere</i> .....	9
	2.2.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i> .....	9
	2.2.2 Elemen <i>Store Atmosphere</i> .....	11
	2.2.3 Tujuan <i>Store Atmosphere</i> .....	12



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

2.3.	<b>Teori Kepuasan Konsumen.....</b>	12
2.3.1	Pengertian Kepuasan Konsumen .....	12
2.3.2	Atribut Kepuasan Konsumen.....	18
2.3.3	Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	19
2.3.4	Manfaat Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	21
2.3.5	Sebab-Sebab Timbulnya Ketidakpuasan .....	21
2.4.	<b>Hubungan Antara <i>Store Atmosphere</i> dengan Kepuasan Konsumen .....</b>	22
2.5.	<b>Penelitian Terdahulu .....</b>	22
2.6.	<b>Kerangka Pemikiran .....</b>	28
2.7.	<b>Hipotesis Penelitian .....</b>	30
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	31
3.1.	<b>Tempat dan Waktu Penelitian.....</b>	31
3.2.	<b>Metode Penelitian .....</b>	31
3.3.	<b>Desain Penelitian .....</b>	33
3.4.	<b>Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....</b>	33
3.5.	<b>Data dan Sumber Data .....</b>	35
3.6.	<b>Teknik Pengumpulan Data .....</b>	35
3.7.	<b>Operasional Variabel Penelitian.....</b>	36
3.8.	<b>Instrumen Penelitian .....</b>	38
3.8.1	Uji Validitas.....	39
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	40
3.9.	<b>Teknik Analisis data .....</b>	41
3.9.1	Analisis Deskriptif.....	41
3.9.2	Analisis Verifikatif .....	41
a.	Uji Asumsi Dasar .....	42
1)	Uji Normalitas Data .....	42
2)	Uji Linieritas .....	42
3)	Uji Homogenitas .....	42



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

	b. Uji Analisis Korelasi .....	42
	c. Uji Analisis Regresi Linier Sederhana .....	43
	d. Uji Hipotesis .....	44
	1) Uji t.....	44
	2) Uji Koefisien Determinasi .....	45
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
<b>4.1</b>	<b>Kondisi Objektif Amare Cafe .....</b>	<b>46</b>
<b>4.2</b>	<b>Karakteristik Responden .....</b>	<b>48</b>
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	48
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	49
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Kunjungan .....	50
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Berkunjung .....	50
<b>4.3</b>	<b>Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....</b>	<b>51</b>
4.3.1	Hasil Uji Validitas .....	51
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	53
<b>4.4</b>	<b>Hasil Analisis Data .....</b>	<b>53</b>
4.4.1	Hasil Analisis Deskriptif .....	53
a.	Analisis Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....	53
b.	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen .....	58
4.4.2	Hasil Analisis Verifikatif .....	62
a.	Hasil Uji Asumsi Dasar .....	62





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

1) Uji Normalitas .....	62
2) Uji Linieritas .....	63
3) Uji Homogenitas .....	64
b. Hasil Uji Analisis Korelasi .....	64
c. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana .....	65
d. Hasil Uji Hipotesis .....	66
1) Uji t .....	66
2) Uji Koefisien Determinasi .....	67
<b>4.5 Pembahasan Deskriptif .....</b>	<b>67</b>
4.5.1 Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....	67
4.5.2 Variabel Kepuasan Konsumen .....	68
<b>4.6 Pembahasan Verifikatif .....</b>	<b>69</b>
4.6.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Kepuasan Konsumen .....	69
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>70</b>
5.1. Kesimpulan .....	70
5.2. Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>76</b>



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ritel di Indonesia berada di peringkat 12 dunia dalam Indeks Pembangunan Ritel Global (GRDI) 2015 yang dirilis AT Kearney. Ini adalah tingkat pertumbuhan ritel tertinggi yang pernah dicapai Indonesia dalam indeks sejak 2001. AT Kearney menyebutkan peningkatan Indonesia dibantu prospek positif perekonomian. Ketidakpastian ekonomi telah mereda setelah pemilihan Presiden Joko Widodo, Juli 2014 lalu.<sup>1</sup>

Diawal tahun 2016 ini, kota Cirebon semakin memantapkan konsistensi perkembangannya. Diberbagai jalan utama kota Cirebon, bahkan dijalan kecil kota Cirebon, telah berdiri dan masih ada yang dalam proses pembangunan, hotel-hotel baru, baik yang berskala besar maupun yang masih tergolong sedang-sedang saja. Tidak terkecuali, tempat-tempat nongkrong atau *cafe* baru.<sup>2</sup>

Saat ini sudah semakin banyak produsen *cafe and resto* yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal tersebut membuat pengusaha *cafe and resto* harus berupaya untuk memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pasar sasaran. Pengusaha tersebut harus berupaya untuk mendapatkan perhatian serta ketertarikan khalayak ramai (dalam hal ini calon konsumen), karena mereka bersaing dengan perusahaan yang memiliki produk serupa.

Salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan membuat sesuatu yang berbeda. *Store atmosphere* bisa menjadi alternatif untuk membedakan *cafe* yang satu dengan yang lainnya. Perbedaan diperlukan karena dari setiap bisnis pasti didapati produk yang serupa dengan harga yang berkisar beda tipis bahkan sama. *Store atmosphere* bisa menjadi alasan lebih bagi konsumen untuk tertarik dan memilih dimana ia akan berkunjung dan membeli. Hal ini seperti yang dikemukakan

<sup>1</sup>[www.sindonews.com](http://www.sindonews.com), *Pertumbuhan Ritel Indonesia Peringkat 12 Dunia* (2 Juni 2015), diakses pada tanggal 22 Maret 2016

<sup>2</sup>[www.cirebonkuliner.com](http://www.cirebonkuliner.com), *Fire Stone cafe & resto / Hadir dengan Menu Hidangan Bakar yang Terjangkau* (17 Februari 2016), diakses pada tanggal 22 Maret 2016

oleh Levy dan Weitz, “*Customer purchasing behavior is also influenced by the store atmosphere*“. Yang dapat diartikan bahwa perilaku pembelian pelanggan juga dipengaruhi oleh suasana toko. Dalam keputusan pembelian, konsumen tidak hanya memberi respon terhadap barang dan jasa yang ditawarkan, tetapi juga memberikan respon terhadap lingkungan pembelian yang menyenangkan bagi konsumen. Hal ini membuat konsumen tersebut memilih toko, rumah makan, atau *cafe* yang disukai dan melakukan pembelian.<sup>3</sup>

Membuat konsumen tertarik adalah salah satu tujuan awal yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen. *Store atmosphere* merupakan salah satu penawaran yang diberikan produsen dan jika hal itu ditanggapi dengan positif oleh konsumen akan berdampak besar bagi tempat tersebut untuk dikunjungi.

Pengertian *store atmosphere* itu sendiri adalah kegiatan mendesain lingkungan toko yang menarik dan memberikan kesan bagi konsumen. Cara mendesain lingkungan yang menarik dan memberikan kesan bagi konsumen adalah dengan cara melakukan komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma. *Store atmosphere* tidak hanya berpengaruh terhadap keputusan pembelian tetapi juga pada kepuasan konsumen. Karenanya produsen harus bisa melihat peluang pasar serta keinginan dan kebutuhan pelanggan sehingga pelanggan tidak beralih pada kompetitor lain.

Subjek dari penelitian ini adalah *Amare cafe* yang berada di jalan cipto mangunkusumo no 99 Kota Cirebon. Dijelaskan Owner *Amare cafe n resto*, Teddy Wijaya kepada CirebonTrust.com bahwa *Amare cafe n resto* menasar semua kalangan, khususnya kaum muda yang selalu mengikuti tren perkembangan zaman. Beliau mengatakan jika *Amare* hadir dengan konsep baru di Cirebon yaitu *one stop entertainment*. Dimana tidak hanya *cafe* dan *resto* yang tersedia di sini, ada juga salon yang dihandle oleh *stylish* kenamaan Edi Baskoro.<sup>4</sup> Tidak hanya itu, ketika penulis

<sup>3</sup>Lily Harlina Putri, Srikandi Kumadji, Andriani Kusumawati, *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarna Hatta Malang)*, (Jurnal, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, 2014), 2

<sup>4</sup><http://www.cirebontrust.com/>, *Amare Cafe n Resto Hadir dengan mengusung konsep one stop entertainment* (23 Februari 2015), diakses pada tanggal 04 Mei 2016



mewawancarai Andri Tomi selaku *Operasional Manager* di Amare *cafe* perihal tentang alasan hadirnya Amare, beliau mengatakan bahwa Amare hadir untuk mengakomodir kebutuhan masyarakat Cirebon yang membutuhkan tempat *hangout* yang *cozy*.

Berdasarkan survei peneliti pada Amare *cafe* diketahui bahwa peranan *store atmosphere* semakin penting karena dewasa ini ada perubahan motif seseorang untuk datang ke *cafe*, disan masyarakat tidak hanya sekedar makan dan minum saja tetapi juga sebagai kegiatan mengisi waktu luang, *hangout* bersama teman, bahkan melepas stress. Jadi ketika seorang konsumen datang ke *cafe* tidak hanya memberikan penilaian terhadap produk yang ditawarkan tetapi juga memberikan penilaian terhadap penciptaan suasana *cafe*. Melalui desain *cafe* yang menarik, pengaturan jarak antar sofa, *temperature* udara, musik yang ada di dalam *cafe* tidak hanyak memberikan nilai tambah bagi produk yang dijual tetapi juga menciptakan suasana *cafe* yang menyenangkan bagi konsumen, sehingga konsumen memilih *cafe* yang disukai dan mau berkunjung kesana lagi.

Amare *cafe* merupakan *cafe* yang sudah dikena oleh masyarakat Cirebon, sehingga harus menciptakan *store atmosphere* yang nyaman dan menyenangkan bagi konsumen untuk *hangout* yang pada akhirnya akan menciptakan citra yang baik.

Dari uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pelaksanaan *store atmosphere* yang dilakukan oleh pihak Amare *cafe* dalam memberikan kepuasan konsumen. Penelitian ini berjudul **“PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI AMARE CAFE”**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Amare *cafe* memiliki konsep *indoor* dan *outdoor* untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Cirebon yang menginginkan tempat santai dan nyaman. Namun banyak masyarakat yang lebih menyukai berada di *outdoor* dengan cuaca di Cirebon yang panas pada siang harinya.







- b. Demi kenyamanan konsumen, Amare *cafe* menggunakan sofa sebagai tempat duduknya. Namun pada bagian *indoor*, konsumen sedikit sulit berlalu lalang karena tata letak tempat duduknya yang berdekatan satu sama lain dan ruang gerak yang sedikit terhalang oleh tiang penyangga.

Untuk memudahkan dalam penelitian ini, maka penulis membagi identifikasi masalah dalam tiga bagian yaitu:

### 1.2.1 Wilayah Kajian

Wilayah penelitian dalam skripsi ini adalah masuk dalam kajian manajemen pemasaran tentang Pengaruh *Store atmosphere* terhadap Kepuasan konsumen di Amare *cafe* Cirebon.

### 1.2.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan empirik *field research* (penelitian lapangan) yang dilakukan di Amare *Cafe* Cirebon dan juga analisis terhadap buku-buku bacaan (studi pustaka) yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat.

### 1.2.3 Jenis Masalah

Jenis masalah dalam penelitian yang diangkat peneliti adalah berkaitan dengan Pengaruh *Store atmosphere* terhadap Kepuasan konsumen.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian, maka perlu adanya pembatasan masalah dari masalah-masalah yang telah diidentifikasi terkait dengan penelitian. Adapun yang dikaji dalam penelitian ini adalah *store atmosphere* dan kepuasan di Amare *cafe*.

## 1.4 Perumusan Masalah

Dari beberapa tahapan di atas, maka rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana penilaian konsumen terhadap *store atmosphere* di Amare *cafe*?
- b. Bagaimana kepuasan konsumen di Amare *cafe*?
- c. Bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di Amare *cafe*?

## 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- a. Penilaian konsumen terhadap *store atmosphere* di Amare *cafe*.
- b. Penilaian kepuasan konsumen pada Amare *cafe*.
- c. Pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di Amare *cafe*.

## 1.6 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi dan dapat dijadikan sebagai sumber acuan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *store atmosphere* dan kepuasan konsumen.

- b. Manfaat secara praktis

- 1) Bagi Praktisi

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi pihak pengelola untuk memperbaiki atau mempertahankan *store atmosphere* sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

- 2) Bagi Akademik

Sebagai referensi penelitian berikutnya terkait perilaku konsumen bermasalah pada bisnis kafe serta dokumentasi ilmiah yang bermanfaat untuk kegiatan akademik bagi pihak kampus.

- 3) Bagi Peneliti

Peneliti dapat memperdalam pengetahuannya di dalam bidang Manajemen Pemasaran khususnya berkaitan dengan pengaruh *store atmosphere* dan kepuasan konsumen. Selain itu penelitian ini merupakan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang suda didapat selama menuntut ilmu di perguruan tinggi.



## 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terbagi menjadi lima bab yaitu pendahuluan, tinjauan pustaka, metode penelitian, hasil analisis, dan penutup. Untuk memberikan gambaran isi penelitian maka sistematikanya sebagai berikut :

**BAB I PENDAHULUAN.** Bab ini merupakan pendahuluan yang membahas beberapa permasalahan penelitian meliputi: latar belakang penelitian; identifikasi masalah; pembatasan masalah; perumusan masalah; tujuan penelitian; kegunaan penelitian; dan sistematika penulisan.

**BAB II LANDASAN TEORI.** Bab ini menguraikan teori-teori yang menjadi landasan penelitian, uraian mengenai penelitian-penelitian terdahulu, kerangka berfikir penelitian, dan hipotesis penelitian.

**BAB III METODE PENELITIAN.** Bab ini menjelaskan tentang gambaran proses penelitian dilakukan dan disesuaikan dengan teori yang uraikan di bab sebelumnya. Dimana metode penelitian meliputi: tempat penelitiandan waktu penelitian; metode penelitian; jenis data dan sumber data; teknik pengumpulan data; populasi dan sampel; instrumen penelitian; dan teknis analisis data.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.** Bab ini berisikan pembahasan tentang hasil penelitian yang telah dilakukan beserta analisisnya melalui metode penelitian.

**BAB V PENUTUP.** Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, dan saran atau rekomendasi bagi peneliti selanjutnya.





## DAFTAR PUSTAKA

### 1. BUKU

- Abdurahman, Maman. 2011. *Dasar - dasar Metode Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia
- Al-Maraghi, Ahmad Mushthafa. 1986. *Tafsir Al-Maraghi 05*. Semarang: CV. Toha Putra
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Adam, Muhammad. 2015. *ManajemenPemasaranJasa*. Bandung: Alfabeta
- Bungin, Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011
- Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- \_\_\_\_\_. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Departemen Agama Islam RI. 2010. *Al-Qur'an Tajwid & Terjemahan*. Bandung: CV Diponegoro
- Gerson, Richard F. 2010. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PPM dan Bisnis 2030
- Hamka.1983.*Tafsir Al AzharJuz IV*. Surabaya: PT. Pustaka Panjimas
- \_\_\_\_\_. 1984. *Tafsir Al Azhar 05*. Jakarta: PT. Pustaka Panjimas
- Indrawan, Rully dan Poppy Yaniawati.2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan*. Bandung: RefikaAditama.





- Neolaka, Amos. 2014. *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: Rosda
- Priyatno, Duwi. 2016. *Belajar Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media
- \_\_\_\_\_. 2016. *SPSS Hanbook Analisis Data, Olah Data, & Penyelesaian Kasus-kasus Statistik*. Yogyakarta: MediaKom
- Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro. 2008. *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta
- Siregar, Syofian. 2010. *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- \_\_\_\_\_. 2014. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: BumiAksara
- Sunyoto, Dadang. 2009. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: Media Pressindo
- Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta
- Supangat, Andi. 2010. *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan Nonparametrik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Surjaweni, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- \_\_\_\_\_. 2015. *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Suharsaputra, Uhar. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama
- Sutisna dan Pawitra. 2009. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Umar, Husein. 2014. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.



## 2. JURNAL

- Andini, Putri Farrah. 2013. *Analisis Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konsumen Distro Deep Store di Surakarta)*". Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro
- Dessyana, Cindy Juwita. 2013. *Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Texas Chicken Multimart II Manado*. Jurnal. Fakultas Ekonomi Universitas Sam Ratulangi.
- Karmela F, Lily, Jujun Junaedi. 2009. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toserba Griya Kuningan*. EQUILIBRIUM. Vol 5 No.9. Januari-Juni.
- Kurriwati, Nirma. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen*. Jurnal. Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo
- Lathifah, Nur Haqqul. 2012. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Toko Buku Togamas Cabang Malang)*. Skripsi. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Linggasari, Citra, Heppy Milanyani. 2014. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kopi Progo Bandung (Studi Kasus Kopi Progo Jalan Progo)*. Jurnal. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom
- Nofiauwaty dan Beli Yuliandi. 2014. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Outlet Nyenyas Palembang*. Jurnal. Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
- Putri, Lily Harlina. dkk. 2014. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarna Hatta Malang)*. Jurnal. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Rahma, Talitha. dkk. 2012. *Hubungan Antara Kualitas layanan Dan Harga Dengan Kepuasan Konsumen Online Shopping Pada Mahasiswi Universitas Surabaya*. Jurnal. Fakultas Psikologi Universitas Surabaya.



Saidani, Basrah & Samsul Arifin. 2012. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen* .Jurnal. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Susanti, Christina Esti. 2009. *The Influence of Image and Customers' Satisfaction Towards Consumers' Loyalty to Traditional Foods in Surabaya*". Jurnal. Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya.

Utami, Sofiana Putri dan Indira Rachmawati.2012. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Brand Image Giggle Box Cafe & Resto Bandung (Studi Kasus Giggle Box Cafe & Resto Pusat Jalan Progo)*. Resume. Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Telkom.

Valentine, Karen. 2014. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian pada Dakken Coffee & Steak Bandung*. Jurnal. Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis. Universitas Telkom.

Widyaningsih, Richa.2010. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas serta dampaknya pada Kepuasan Konsumen dalam menggunakan Jasa Kereta Api Harina (Studi pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro.

### 3. WEBSITE

<http://kamusbahasaindonesia.org/kepuasan/mirip>,

<http://www.jurnalhukum.com/pengertian-konsumen/>

<http://www.cirebontrust.com/>

[www.cirebonkuliner.com](http://www.cirebonkuliner.com)

[www.sindonews.com](http://www.sindonews.com)

[www.statistikian.com/2012/08/menghitung-besar-sampel-penelitian.html](http://www.statistikian.com/2012/08/menghitung-besar-sampel-penelitian.html).